

Privacy Act Statement. Every registration statement, short form registration statement, supplemental statement, exhibit, amendment, copy of informational materials or other document or information filed with the Attorney General under this Act is a public record open to public examination, inspection and copying during the posted business hours of the Registration Unit in Washington, DC. One copy of every such document, other than informational materials, is automatically provided to the Secretary of State pursuant to Section 6(b) of the Act, and copies of any and all documents are routinely made available to other agencies, departments and Congress pursuant to Section 6(c) of the Act. The Attorney General also transmits a semi-annual report to Congress on the Administration of the Act which lists the names of all agents registered under the Act and the foreign principals they represent. This report is available to the public.

Public Reporting Burden. Public reporting burden for this collection of information is estimated to average .49 hours per response, including the time for reviewing instructions, searching existing data sources, gathering and maintaining the data needed, and completing and reviewing the collection of information. Send comments regarding this burden estimate or any other aspect of this collection of information, including suggestions for reducing this burden to Chief, Registration Unit, Criminal Division, U.S. Department of Justice, Washington, DC 20530; and to the Office of Information and Regulatory Affairs, Office of Management and Budget, Washington, DC 20503.

*Furnish this exhibit for EACH foreign principal listed in an initial statement
and for EACH additional foreign principal acquired subsequently.*

1. Name and address of registrant Young & Rubicam, S. de R.L. de C.V. Bosques de Durazos no. 61, 5th Floor Col. Bosques de lam Lomas, 11700 Mexico D.F.	2. Registration No. 5603
--	-----------------------------

3. Name of foreign principal Gobierno del Estado de Michuacan Sector Michuacan	4. Principal address of foreign principal Av Madero Poniente No. 63 Col. Centro CP 58000
--	--

5. Indicate whether your foreign principal is one of the following:

Foreign government

Foreign political party

Foreign or domestic organization: If either, check one of the following:

<input type="checkbox"/> Partnership	<input type="checkbox"/> Committee
<input type="checkbox"/> Corporation	<input type="checkbox"/> Voluntary group
<input type="checkbox"/> Association	<input type="checkbox"/> Other (specify): _____

Individual-State nationality _____

2005 JUN 21 01:00:53
REGISTRATION UNIT

6. If the foreign principal is a foreign government, state:

a) Branch or agency represented by the registrant.
Sector Michuacan

b) Name and title of official with whom registrant deals.
Pedro Brito

7. If the foreign principal is a foreign political party, state:

a) Principal address.

b) Name and title of official with whom registrant deals.

c) Principal aim.

8. If the foreign principal is not a foreign government or a foreign political party,

a) State the nature of the business or activity of this foreign principal

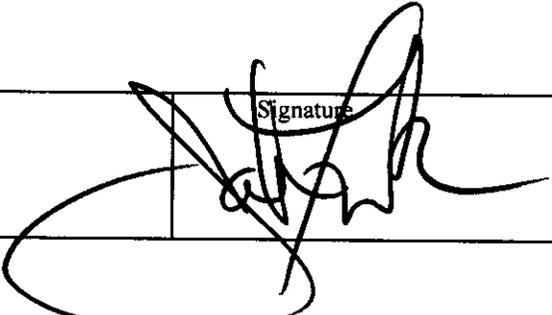
b) Is this foreign principal

Supervised by a foreign government, foreign political party, or other foreign principal	Yes <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
Owned by a foreign government, foreign political party, or other foreign principal	Yes <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
Directed by a foreign government, foreign political party, or other foreign principal	Yes <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
Controlled by a foreign government, foreign political party, or other foreign principal	Yes <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
Financed by a foreign government, foreign political party, or other foreign principal	Yes <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
Subsidized in part by a foreign government, foreign political party, or other foreign principal	Yes <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>

9. Explain fully all items answered "Yes" in Item 8(b). (If additional space is needed, a full insert page must be used.)

RECEIVED
REGISTRATION UNIT
JAN 21 21 10 50

10. If the foreign principal is an organization and is not owned or controlled by a foreign government, foreign political party or other foreign principal, state who owns and controls it.

Date of Exhibit A	Name and Title	Signature
1/28/05	Joseph Lewczak Attorney-in-fact	

INSTRUCTIONS: A registrant must furnish as an Exhibit B copies of each written agreement and the terms and conditions of each oral agreement with his foreign principal, including all modifications of such agreements, or, where no contract exists, a full statement of all the circumstances by reason of which the registrant is acting as an agent of a foreign principal. One original and two legible photocopies of this form shall be filed for each foreign principal named in the registration statement and must be signed by or on behalf of the registrant.

Privacy Act Statement. Every registration statement, short form registration statement, supplemental statement, exhibit, amendment, copy of informational materials or other document or information filed with the Attorney General under this Act is a public record open to public examination, inspection and copying during the posted business hours of the Registration Unit in Washington, DC. One copy of every such document, other than informational materials, is automatically provided to the Secretary of State pursuant to Section 6(b) of the Act, and copies of any and all documents are routinely made available to other agencies, departments and Congress pursuant to Section 6(c) of the Act. The Attorney General also transmits a semi-annual report to Congress on the Administration of the Act which lists the names of all agents registered under the Act and the foreign principals they represent. This report is available to the public.

Public Reporting Burden. Public reporting burden for this collection of information is estimated to average .33 hours per response, including the time for reviewing instructions, searching existing data sources, gathering and maintaining the data needed, and completing and reviewing the collection of information. Send comments regarding this burden estimate or any other aspect of this collection of information, including suggestions for reducing this burden to Chief, Registration Unit, Criminal Division, U.S. Department of Justice, Washington, DC 20530; and to the Office of Information and Regulatory Affairs, Office of Management and Budget, Washington, DC 20503.

1. Name of Registrant	2. Registration No.
Young & Rubicam, S de R. L de C.V	5603

3. Name of Foreign Principal

Gobierno del Estado de Michoacan, Sector Michoacan

Check Appropriate Boxes:

- 4. The agreement between the registrant and the above-named foreign principal is a formal written contract. If this box is checked, attach a copy of the contract to this exhibit.
- 5. There is no formal written contract between the registrant and the foreign principal. The agreement with the above-named foreign principal has resulted from an exchange of correspondence. If this box is checked, attach a copy of all pertinent correspondence, including a copy of any initial proposal which has been adopted by reference in such correspondence.
- 6. The agreement or understanding between the registrant and the foreign principal is the result of neither a formal written contract nor an exchange of correspondence between the parties. If this box is checked, give a complete description below of the terms and conditions of the oral agreement or understanding, its duration, the fees and expenses, if any, to be received.

7. Describe fully the nature and method of performance of the above indicated agreement or understanding.

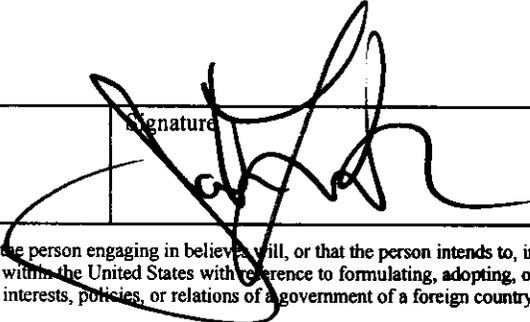
2005 JUN 1 11 13 AM '05
COMMUNICATIONS SECTION UNIT

8. Describe fully the activities the registrant engages in or proposes to engage in on behalf of the above foreign principal.

9. Will the activities on behalf of the above foreign principal include political activities as defined in Section 1(o) of the Act and in the footnote below? Yes No

If yes, describe all such political activities indicating, among other things, the relations, interests or policies to be influenced together with the means to be employed to achieve this purpose.

2005 JUN 21 11:05:50
COMMUNICATIONS SECTION UNIT

Date of Exhibit B	Name and Title	Signature
1/22/05	Joseph Lewczak Attorney in fact	

Footnote: Political activity as defined in Section 1(o) of the Act means any activity which the person engaging in believes will, or that the person intends to, in any way influence any agency or official of the Government of the United States or any section of the public within the United States with reference to formulating, adopting, or changing the domestic or foreign policies of the United States or with reference to the political or public interests, policies, or relations of a government of a foreign country or a foreign political party.

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA REALIZACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD COOPERATIVA, QUE CELEBRAN POR UNA PARTE BBVA BANCOMER SERVICIOS, S.A INSTITUCIÓN DE BANCA MÚLTIPLE GRUPO FINANCIERO BBVA BANCOMER, DIRECCIÓN FIDUCIARIA, EN SU CARÁCTER DE FIDUCIARIO DEL FIDEICOMISO F/43654-3 DEL PROGRAMA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL ESTADO DE MICHOACÁN, AL QUE EN LO SUCESIVO SE DENOMINARÁ "FIPROTUR", REPRESENTADO EN ESTE ACTO POR SU DELEGADO FIDUCIARIO LIC. MARIO ALBERTO RIZO SUÁREZ, Y POR LA OTRA LA EMPRESA YOUNG & RUBICAM S. DE R.L. DE C.V., REPRESENTADA EN ESTE ACTO POR EL C. MANUEL ARELLANO RÍOS ACTUANDO EN CALIDAD DE REPRESENTANTE LEGAL, A QUIEN EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARÁ COMO LA "AGENCIA", AL TENOR DE LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLÁUSULAS:

DECLARACIONES

I. Declara FIPROTUR, por conducto de su representante, que:

- a) Que con fecha 15 de noviembre del año 2001 H. Congreso del Estado, expidió el decreto legislativo número 187, por medio del cual se reformó el artículo 30 y se adicionaron los artículos del 18 al 25 de la Ley de Hacienda del Estado de Michoacán de Ocampo, con el objeto de establecer el impuesto sobre Servicios de Hospedaje en el Estado, publicado en el Periódico Oficial del Estado de Michoacán de Ocampo número 35 tomo CXXVII, de fecha 31 de diciembre del 2001, que inició su vigencia el 1 de enero del 2002.
- b) Que el titular del Ejecutivo estatal, ordenó la celebración de un contrato de fideicomiso con la participación de los presidentes de la Asociación de Hoteles y Moteles del Estado de Michoacán, A.C. y de las siete Asociaciones Regionales constituidas en el Estado, con el objeto de que en el fideicomiso se tuviera la más amplia representación de los prestadores de servicios de hospedaje.
- c) Que, derivado de lo anterior, con fecha del 31 de enero del 2002 se celebró el Contrato del Fideicomiso F/43654-3 entre Gobierno del Estado de Michoacán de Ocampo y BBVA Bancomer Servicios S.A, Institución de Banca Múltiple, Grupo Financiero BBVA Bancomer, Dirección Fiduciaria.
- d) Con fundamento en la cláusula V inciso C del Contrato de Fideicomiso F/43654-3 antes referido, el fiduciario realizará todos los actos jurídicos y materiales para los fines previstos en el Contrato del Fideicomiso F/43654-3 del Programa de Promoción Turística del Estado de Michoacán.
- e) Conoce los alcances del presente contrato, que ha considerado todos los factores que intervienen en su celebración y que cuenta con los recursos financieros para cubrir las erogaciones que se deriven del mismo, conforme al contrato del fideicomiso.

II. Declara la Agencia, por conducto de su representante legal que:

- a) Es una sociedad de responsabilidad limitada de capital variable legalmente constituida conforme a las leyes de México, según consta en la escritura pública número 16,314 de fecha 14 de diciembre de 1966, otorgada ante el Lic. Jorge Sotelo

Regil, notario público número 108 del Distrito Federal, e inscrita en el Registro Público de Comercio del Distrito Federal bajo el número 154, foja 120, volumen 650, libro tercero.

- b) Su representante está debidamente facultado para representarla según consta en la escritura pública número 49,722 de fecha 28 de abril de 2003, otorgada ante el Lic. Roberto Núñez y Bandera, notario público número 1 del Distrito Federal, facultades que no le han sido revocadas ni limitadas de forma alguna.
- c) Tiene como objeto principal realizar directa o indirectamente toda clase de actividades relacionadas con publicidad, propaganda y campañas publicitarias de todo género para personas físicas o morales privadas o públicas a través de los medios que considere apropiados.
- d) Con fecha 12 de septiembre de 2003 celebró con el Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V. (en adelante el "CPTM") el Contrato de Prestación de Servicios No. 062/2003 en virtud del cual se le encomendó a la Agencia los servicios de publicidad para promover los atractivos y servicios turísticos de México en los mercados de los Estados Unidos de América y Canadá (el "Contrato CPTM").
- e) En los términos del Contrato CPTM y las bases de licitación que le dieron origen, la Agencia está facultada para seguir un programa de publicidad cooperativa con diversos actores del sector turístico.
- f) Garantizó las obligaciones a su cargo en términos del Contrato CPTM mediante el otorgamiento de una fianza, misma que, tal y como se acredita con la constancia que acompaña al presente como **Anexo 1**, fue debidamente presentada al CPTM.
- g) Conoce los alcances del presente contrato, ha considerado todos los factores que intervienen en su celebración y cuenta con las autorizaciones, elementos materiales y humanos necesarios para cumplir con todas y cada una de las obligaciones contempladas en el mismo.
- h) Su Registro Federal de Contribuyentes es YRU-661214-8GA.

III. Ambas partes declaran por conducto de sus representantes legales que:

- a) Es su voluntad obligarse según los términos y condiciones previstos en este contrato y sus Anexos.

CLÁUSULAS

PRIMERA. Objeto. Por virtud del presente contrato, como resultado del Contrato CPTM, FIPROTUR y la Agencia acuerdan realizar una campaña de publicidad cooperativa consistente en la compra de medios y colocación de la publicidad para promover los atractivos turísticos del Estado de Michoacán de Ocampo, México en los Estados Unidos de América y Canadá (la "Campaña"), conforme a las especificaciones y tiempos previstos en el plan de medios y/o planes de medios que se adjuntan al presente contrato como **Anexo 2**.

El **Anexo 2** antes referido podrá ser modificado en cualquier momento, previo consentimiento de ambas partes en ese sentido, pudiendo dicho consentimiento otorgarse por escrito, vía fax o por correo electrónico.

Las partes convienen que la Campaña se ajustará a los términos y condiciones establecidos para el programa de publicidad cooperativa previsto por el Contrato CPTM referido en la declaración II D) anterior.

El costo total de la Campaña acordado por las partes es de US\$250,000.00 (doscientos cincuenta mil dólares de los Estados Unidos de América).

SEGUNDA. Mecánica de Participación. Las partes acuerdan que la Agencia será responsable de realizar la compra de medios y colocación de publicidad para la realización de la Campaña.

Para efectos de lo anterior, FIPROTUR deberá entregar a la Agencia, dentro de los tres días hábiles siguientes a la firma del presente contrato, la cantidad que corresponda a FIPROTUR en términos de la cláusula tercera siguiente. Los recursos económicos aportados por las partes para la realización de la Campaña sólo podrán ser utilizados para tales efectos.

Adicionalmente, FIPROTUR deberá pagar a la Agencia, como contraprestación por la compra de medios y colocación, una cantidad igual al 10% (diez por ciento) de la cantidad que corresponda a FIPROTUR aportar en términos de la cláusula tercera siguiente, estando facultada la Agencia para retener dicho porcentaje de las cantidades que FIPROTUR entregue a LA AGENCIA para la compra de medios y colocación conforme a los términos establecidos en la presente cláusula. Esta cantidad deberá ser entregada a Y&R junto con la cantidad referida en el párrafo anterior.

TERCERA. Recursos económicos. La inversión que realizará LA AGENCIA para el cumplimiento del objeto de este contrato asciende a la cantidad de US\$125,000.00 (ciento veinticinco mil dólares de los Estados Unidos de América), cantidad que incluye todos los impuestos correspondientes

Por su parte, la inversión que realizará FIPROTUR para el cumplimiento del objeto de este contrato, sin considerar el 10% (diez por ciento) de comisión y los impuestos correspondientes a que se hicieron referencia en el último párrafo de la cláusula segunda anterior, asciende a la cantidad de US\$125,000.00 (ciento veinticinco mil dólares de los Estados Unidos de América),

CUARTA. Obligaciones Fiscales. Cada una de las partes se obliga a dar cumplimiento a las obligaciones fiscales que le correspondan individualmente, eximiendo a la otra parte de cualquier responsabilidad en esta materia.

QUINTA. Propiedad Industrial. Las partes se comprometen a que el uso que hagan de la marca o leyenda "MEXICO" en los artículos, mensajes, comunicaciones y demás materiales que formen parte de la Campaña se hará de conformidad con los lineamientos establecidos en el Contrato CPTM. Asimismo, la Agencia incluirá la imagen y presencia de las marcas, lemas, logotipos, o demás información que convenga de manera escrita con FIPROTUR en los términos acordados con éste y que le sean entregados por FIPROTUR con por lo menos un mes de anticipación. Queda acordado que la celebración del presente contrato no constituye licencia o autorización alguna para el uso o explotación de la marca o leyenda "MEXICO" o de aquellas proporcionadas por el

FIPROTUR a la Agencia, en términos diferentes a lo expresamente dispuesto en el presente contrato.

FIPROTUR acuerda que será su responsabilidad obtener la autorización para el uso de materiales tales como fotografías, logotipos, marcas, o cualesquier otros artículos protegidos por las leyes aplicables de la propiedad intelectual distintos a la marca "MÉXICO", que sean proporcionados a la Agencia para ser utilizados en la Campaña, obligándose a indemnizar y sacar en paz y a salvo a la Agencia de cualquier demanda o procedimiento judicial iniciado en contra de la Agencia por un tercero en relación con esta materia, y a resarcirle de todos los daños y/o perjuicios que su incumplimiento le haya ocasionado así como a reembolsarle todos los gastos que haya erogado por su legal defensa por este concepto.

La Agencia no estará obligada a publicar o promocionar material que sea contrario a las normas jurídicas, reglamentos, circulares que regulen la materia publicitaria, buenas costumbres y a la moral.

SEXTA. Comprobación. La Agencia se obliga a presentar a FIPROTUR copia de todos los Comprobantes que entregue al CPTM en relación con el presente contrato. Esta entrega deberá realizarse dentro de los cinco días hábiles siguientes a la fecha en que la Agencia efectúe dicha entrega.

Se entenderá por Comprobantes los siguientes: (i) en medios impresos, un ejemplar de las revistas, periódicos o publicaciones; (ii) en radio, las bitácoras o reportes de transmisión; (iii) en televisión, *affidávits* o reportes de transmisión; en (iv) internet, *ad-serving* de impresiones (*ad-views and clicks*) con carpeta impresa y copia electrónica en cd con los *banners* generados para la campaña por creativo, tamaño e idiomas, así como *screen-shots* de los banners como evidencia de la colocación de los portales; (v) en carteleras, publicidad exterior y parabuses, fotografías de cada una de ellas en el lugar donde se ubiquen o de una fotografía de cada cartelera con el *affidávit* correspondiente en el que consten los sitios de colocación según la práctica comercial del lugar de que se trate; (vi) copia de la factura de compra de medios; y (vii) cualquier otro medio de comprobación validamente aceptado por el CPTM.

SÉPTIMA. Obligaciones Laborales. Debido a la naturaleza del presente contrato, las partes entienden que no existen condiciones de subordinación ni relación laboral alguna entre FIPROTUR y la Agencia o sus respectivos empleados.

OCTAVA. Naturaleza del Contrato. Las partes acuerdan que los términos y condiciones de este contrato no tienen como objeto o efecto crear una asociación en participación, fusión, sociedad o vínculo corporativo entre la Agencia y FIPROTUR. Asimismo, el presente contrato no impone obligación de exclusividad alguna entre las partes, por lo que las partes no podrán asumir, en nombre y/o representación de la otra obligación o compromiso alguno, salvo por lo dispuesto en el presente contrato o en caso de que cuente con autorización expresa de la otra parte para tales efectos.

No obstante lo anterior, ambas partes están de acuerdo en que la Agencia estará facultada para contratar o celebrar cualquier tipo de operación, negocio o asociación con cualquier socio comercial, "tour operador", agencia de viajes o cualquier otra persona para

finés similares a los del presente contrato, así como para mejorar o ampliar los fines del presente contrato contando siempre con la autorización previa de FIPROTUR.

NOVENA. Cesión de Derechos. Las partes se obligan a no ceder a terceras personas los derechos y obligaciones a su cargo en términos del presente contrato, salvo autorización previa y por escrito de la otra parte.

DÉCIMA. Confidencialidad. Las partes convienen que toda la información que se genere y/o se intercambie entre ellas por virtud de este contrato, será considerada como estrictamente confidencial, por lo que las partes se obligan a no revelarla a terceras personas ajenas a este contrato.

DÉCIMA PRIMERA. Duración. El presente contrato estará vigente del 15 de Junio al 31 de diciembre de 2004.

DÉCIMA SEGUNDA. Terminación Anticipada. En el supuesto de que alguna de las partes decida cancelar este contrato por causas ajenas a la otra parte, deberá notificárselo a la otra parte con 5 días hábiles de anticipación a la terminación efectiva del presente contrato. A partir de la fecha de notificación, la parte que no esté dando por terminado el contrato tendrá la facultad de suspender inmediatamente el cumplimiento de sus obligaciones derivadas de este contrato sin responsabilidad alguna.

En el caso de que la parte que solicite la terminación del contrato sea FIPROTUR, éste deberá pagar a la Agencia, en la misma fecha en la que presente la notificación de cancelación, el monto necesario para cubrir todas las aportaciones de la Agencia a la Campaña realizadas con motivo del presente contrato, así como todos los gastos que se hayan generado y se generen con motivo del mismo, incluyendo el pago de cualquier daño, perjuicio, pena, multa o costo a cargo de la Agencia en los términos del Contrato CPTM y de aquellos derivados de cualquier contrato, operación, negocio o asociación celebrado al amparo de la cláusula séptima anterior. En caso de que FIPROTUR no realice el pago correspondiente en los términos antes referidos, FIPROTUR deberá pagar a la Agencia, además de las cantidades antes referidas, una pena igual a la cantidad que resulte de aplicar un 10% (diez por ciento) mensual al monto total adeudado hasta en tanto FIPROTUR esté al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones de pago.

DÉCIMA TERCERA. Rescisión Administrativa. En caso de que FIPROTUR considere que la Agencia ha incurrido en algún incumplimiento a cualquiera de sus obligaciones contenidas en el presente contrato, FIPROTUR deberá notificar por escrito tal situación a la Agencia, explicando claramente en qué consiste el incumplimiento. A partir de la fecha de notificación, la Agencia contará con un plazo de diez días hábiles para subsanar su incumplimiento, en caso de que el mismo haya existido. Si existió incumplimiento y el mismo no se subsana el incumplimiento dentro de dicho periodo, FIPROTUR podrá rescindir el contrato sin necesidad de declaración judicial alguna. Si la Agencia considera que no hubo incumplimiento, lo notificará a FIPROTUR y las partes deberán reunirse para aclarar la situación en caso de que así lo consideren necesario.

Por su parte, la Agencia podrá rescindir el presente contrato sin necesidad de declaración judicial en el caso de que FIPROTUR incumpla con cualquiera de sus obligaciones derivadas de este contrato.

Adicionalmente, con independencia de que la Agencia rescinda o no el presente contrato, en el caso en que FIPROTUR incumpla con cualquiera de sus obligaciones bajo este contrato, FIPROTUR deberá pagar a la Agencia, todas las aportaciones de la Agencia a la Campaña realizadas con motivo del presente contrato, así como todos los gastos que se hayan generado y se generen con motivo del mismo, incluyendo el pago de cualquier daño, perjuicio, pena, multa o costo a cargo de la Agencia en los términos del Contrato CPTM y de aquellos derivados de cualquier contrato, operación, negocio o asociación celebrado al amparo de la cláusula séptima anterior. En caso de que FIPROTUR no realice el pago correspondiente en los términos antes referidos, FIPROTUR deberá pagar a la Agencia, además de las cantidades antes referidas, una pena igual a la cantidad que resulte de aplicar un 10% (diez por ciento) mensual al monto total adeudado hasta en tanto FIPROTUR esté al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones de pago.

DÉCIMA CUARTA. Defectos en la impresión. La Agencia será responsable por los errores, defectos, irregularidades y deficiencias en la impresión de los materiales promocionales siempre y cuando sea por causas imputables directamente a ella por lo que, en caso de que uno o varios de los materiales presentaran algunos de los problemas antes mencionados, la Agencia se obliga a emitir por su propia cuenta y costo la reimpresión correcta de forma inmediata posterior.

Por su parte, FIPROTUR será responsable por las fallas o deficiencias que pudiera contener el material que proporcione a la Agencia para su publicación, debiendo en tal caso reponer por cuenta y costo de FIPROTUR dicho material. La Agencia no será responsable en caso de que el material no se pueda imprimir, debido a que dicho material no cumpla con las normas de calidad requeridas para su impresión.

DÉCIMA QUINTA. Interpretación del Contrato. La nulidad, total o parcial, de cualquiera de las cláusulas contenidas en el presente contrato, no afectará ni se considerará como pronunciamiento particular respecto de la validez y legal existencia del resto del clausulado del contrato.

DÉCIMA SEXTA. Domicilio y Notificaciones. Cualquier notificación entre las partes relacionada con este contrato, deberá efectuarse a las personas señaladas a continuación por escrito, mediante servicio de mensajería a las direcciones siguientes:

la Agencia

Bosque de Duraznos No. 61, pisos 4 y 5

Col. Bosques de las Lomas

Delegación Miguel Hidalgo

FIPROTUR

Av. Camelinas # 3550

Colonia Campestre

C.P. 58270, Morelia, Michoacán.

C.P. 11700 México, D.F.

Atención: [REDACTED]

Atención: Ernesto Goenaga

DÉCIMA SÉPTIMA. Solución de Controversias. Todas las desavenencias que deriven de este contrato serán resueltas definitivamente de acuerdo con las Reglas de Arbitraje del Centro de Arbitraje de México (CAM), por un árbitro nombrado conforme a dichas Reglas.

Las partes acuerdan que el derecho aplicable para la solución de cualquier controversia será el mexicano; asimismo se establece que el idioma del arbitraje será el español y que el lugar del arbitraje será la Ciudad de México, Distrito Federal.

Leído que fue por las partes el presente contrato y enteradas de su contenido y alcance legal, lo suscriben por duplicado el ___ de ___ de 2004.

Young & Rubicam, S. de RL. de C.V.

Fideicomiso F/43654-3
(FIPROTUR)

Por: Manuel Arellano Ríos

Por: Lic. Mario Alberto Rizo S.

2005 JUN 21 11:50
CAM/MCO/FIDEICOMISO F/43654-3

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA REALIZACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD COOPERATIVA, QUE CELEBRAN POR UNA PARTE EL GOBIERNO DEL ESTADO LIBRE Y SOBERANO DE MICHOACÁN DE OCAMPO, A TRAVÉS DE LA SECRETARÍA DE TURISMO, REPRESENTADA POR SU TITULAR JAIME GENOVEVO FIGUEROA ZAMUDIO, A QUIEN EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARÁ COMO "SECTUR", CON LA PARTICIPACIÓN DEL ING. OCTAVIO LARIOS GONZÁLEZ, SECRETARIO DE DESARROLLO ESTATAL, Y DE LA LIC. ALMA MARGARITA ESPINOSA MENÉNDEZ, COORDINADORA GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y POR LA OTRA LA EMPRESA YOUNG & RUBICAM S. DE R.L. DE C.V., REPRESENTADA EN ESTE ACTO POR EL C. MANUEL ARELLANO RÍOS ACTUANDO EN CALIDAD DE REPRESENTANTE LEGAL, A QUIEN EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARÁ COMO LA "AGENCIA", AL TENOR DE LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLÁUSULAS:

DECLARACIONES

I. Declara SECTUR, por conducto de su representante, que:

- a) En términos de los artículos 40, 43 y 116 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, así como en los establecido en la Constitución Política de Michoacán de Ocampo, Michoacán en un estado libre y soberano, que forma parte integrante de la Federación.
- b) La Secretaría de Turismo es una dependencia de la administración pública centralizada, instituida para el despacho de los negocios de orden administrativo, conduciendo sus actividades conforme a los objetivos, programas, proyectos y políticas definidos por el Gobernador Constitucional del Estado, atendiendo a lo previsto en el artículo 62 de la Constitución Política de Michoacán de Ocampo, y el los artículos 1, 9, 13 y 20 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Michoacán de Ocampo.
- c) Le corresponde, entre otras atribuciones, programar, organizar, promover y coordinar proyectos, actividades e inversiones para el desarrollo potencial turístico, y realizar una albor permanente de difusión de los centros y lugares turísticos y de los valores culturales y naturales del Estado, en términos de los artículos 14, 27 y 35 fracción II de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado, publicada en el Periódico Oficial el día 12 de abril de 2002.
- d) En cumplimiento a lo dispuesto en los artículos 11, 20, 22 fracción IV y 31 fracción IV de la Ley Orgánica de la Administración Pública Estatal, 32 último párrafodel Reglamento de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Prestación de Servicios Relacionados con Bienes Muebles e Inmuebles del Estado de Michoacán, intervienen y autorizan el presente contrato los titulares de la Secretaría de Plantación y Desarrollo Estatal y la Coordinación General de Comunicación Social.
- e) Con fecha 30 de abril de 2003, celebró con el Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V., el Convenio de Colaboración y Coordinación en materia de Promoción Turística, en virtud del cual ambas aptes acordaron coordinar sus acciones y colaborar en las actividades que desarrollen para la promoción turística nacional e internacional del Estado de Michoacán, conforme a los programas de publicidad cooperativa que implementa el Consejo de Promoción Turística de

México, S.A. de C.V., para promover y publicitar los atractivos y servicios turísticos de México y sus destinos en el mercado nacional e internacional.

- f) Su Registro Federal de Causantes es GEM850101C99.
- g) Cuenta con los recursos financieros para cubrir las erogaciones que se deriven de este contrato, como se desprende del oficio de liberación de recursos expedido por la Secretaría de Plantación y Desarrollo Estatal.

II. Declara la Agencia, por conducto de su representante legal que:

- a) Es una sociedad de responsabilidad limitada de capital variable legalmente constituida conforme a las leyes de México, según consta en la escritura pública número 16,314 de fecha 14 de diciembre de 1966, otorgada ante el Lic. Jorge Sotelo Regil, notario público número 108 del Distrito Federal, e inscrita en el Registro Público de Comercio del Distrito Federal bajo el número 154, foja 120, volumen 650, libro tercero.
- b) Su representante está debidamente facultado para representarla según consta en la escritura pública número 49,722 de fecha 28 de abril de 2003, otorgada ante el Lic. Roberto Núñez y Bandera, notario público número 1 del Distrito Federal, facultades que no le han sido revocadas ni limitadas de forma alguna.
- c) Tiene como objeto principal realizar directa o indirectamente toda clase de actividades relacionadas con publicidad, propaganda y campañas publicitarias de todo género para personas físicas o morales privadas o públicas a través de los medios que considere apropiados.
- d) Con fecha 12 de septiembre de 2003 celebró con el Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V. (en adelante el "CPTM") el Contrato de Prestación de Servicios No. 062/2003 en virtud del cual se le encomendó a la Agencia los servicios de publicidad para promover los atractivos y servicios turísticos de México en los mercados de los Estados Unidos de América y Canadá (el "Contrato CPTM").
- e) En los términos del Contrato CPTM y las bases de licitación que le dieron origen, la Agencia está facultada para seguir un programa de publicidad cooperativa con diversos actores del sector turístico.
- f) Garantizó las obligaciones a su cargo en términos del Contrato CPTM mediante el otorgamiento de una fianza, misma que, tal y como se acredita con la constancia que acompaña al presente como **Anexo 1**, fue debidamente presentada al CPTM.
- g) Conoce los alcances del presente contrato, ha considerado todos los factores que intervienen en su celebración y cuenta con las autorizaciones, elementos materiales y humanos necesarios para cumplir con todas y cada una de las obligaciones contempladas en el mismo.
- h) Su Registro Federal de Contribuyentes es YRU-661214-8GA.

III. Ambas partes declaran por conducto de sus representantes legales que:

- a) Es su voluntad obligarse según los términos y condiciones previstos en este contrato y sus Anexos.

CLÁUSULAS

PRIMERA. Objeto. Por virtud del presente contrato, como resultado del Contrato CPTM, SECTUR y la Agencia acuerdan realizar una campaña de publicidad cooperativa consistente en la compra de medios y colocación de la publicidad para promover los atractivos turísticos del Estado de Michoacán de Ocampo, México en los Estados Unidos de América y Canadá (la "Campaña"), conforme a las especificaciones y tiempos previstos en el plan de medios y/o planes de medios que se adjuntan al presente contrato como **Anexo 2**.

El **Anexo 2** antes referido podrá ser modificado en cualquier momento, previo consentimiento de ambas partes en ese sentido, pudiendo dicho consentimiento otorgarse por escrito, vía fax o por correo electrónico.

Las partes convienen que la Campaña se ajustará a los términos y condiciones establecidos para el programa de publicidad cooperativa previsto por el Contrato CPTM referido en la declaración II D) anterior.

El costo total de la Campaña acordado por las partes es de US\$250,000.00 (doscientos cincuenta mil dólares de los Estados Unidos de América).

SEGUNDA. Mecánica de Participación. Las partes acuerdan que la Agencia será responsable de realizar la compra de medios y colocación de publicidad para la realización de la Campaña.

Para efectos de lo anterior, SECTUR deberá entregar a la Agencia, dentro de los tres días hábiles siguientes a la firma del presente contrato, la cantidad que corresponda a SECTUR en términos de la cláusula tercera siguiente. Los recursos económicos aportados por las partes para la realización de la Campaña sólo podrán ser utilizados para tales efectos.

Adicionalmente, SECTUR deberá pagar a la Agencia, como contraprestación por la compra de medios y colocación, una cantidad igual al 10% (diez por ciento) de la cantidad que corresponda a SECTUR aportar en términos de la cláusula tercera siguiente, estando facultada la Agencia para retener dicho porcentaje de las cantidades que SECTUR entregue a LA AGENCIA para la compra de medios y colocación conforme a los términos establecidos en la presente cláusula. Esta cantidad deberá ser entregada a Y&R junto con la cantidad referida en el párrafo anterior.

TERCERA. Recursos económicos. La inversión que realizará LA AGENCIA para el cumplimiento del objeto de este contrato asciende a la cantidad de US\$125,000.00 (ciento veinticinco mil dólares de los Estados Unidos de América), cantidad que incluye todos los impuestos correspondientes

Por su parte, la inversión que realizará SECTUR para el cumplimiento del objeto de este contrato, sin considerar el 10% (diez por ciento) de comisión y los impuestos correspondientes a que se hicieron referencia en el último párrafo de la cláusula segunda anterior, asciende a la cantidad de US\$125,000.00 (ciento veinticinco mil dólares de los Estados Unidos de América).

CUARTA. Obligaciones Fiscales. Cada una de las partes se obliga a dar cumplimiento a las obligaciones fiscales que le correspondan individualmente, eximiendo a la otra parte de cualquier responsabilidad en esta materia.

QUINTA. Propiedad Industrial. Las partes se comprometen a que el uso que hagan de la marca o leyenda "MEXICO" en los artículos, mensajes, comunicaciones y demás materiales que formen parte de la Campaña se hará de conformidad con los lineamientos establecidos en el Contrato CPTM. Asimismo, la Agencia incluirá la imagen y presencia de las marcas, lemas, logotipos, o demás información que convenga de manera escrita con SECTUR en los términos acordados con éste y que le sean entregados por SECTUR con por lo menos un mes de anticipación. Queda acordado que la celebración del presente contrato no constituye licencia o autorización alguna para el uso o explotación de la marca o leyenda "MEXICO" o de aquellas proporcionadas por el SECTUR a la Agencia, en términos diferentes a lo expresamente dispuesto en el presente contrato.

SECTUR acuerda que será su responsabilidad obtener la autorización para el uso de materiales tales como fotografías, logotipos, marcas, o cualesquier otros artículos protegidos por las leyes aplicables de la propiedad intelectual distintos a la marca "MÉXICO", que sean proporcionados a la Agencia para ser utilizados en la Campaña, obligándose a indemnizar y sacar en paz y a salvo a la Agencia de cualquier demanda o procedimiento judicial iniciado en contra de la Agencia por un tercero en relación con esta materia, y a resarcirle de todos los daños y/o perjuicios que su incumplimiento le haya ocasionado así como a reembolsarle todos los gastos que haya erogado por su legal defensa por este concepto.

La Agencia no estará obligada a publicar o promocionar material que sea contrario a las normas jurídicas, reglamentos, circulares que regulen la materia publicitaria, buenas costumbres y a la moral.

SEXTA. Comprobación. La Agencia se obliga a presentar a SECTUR copia de todos los Comprobantes que entregue al CPTM en relación con el presente contrato. Esta entrega deberá realizarse dentro de los cinco días hábiles siguientes a la fecha en que la Agencia efectúe dicha entrega.

Se entenderá por Comprobantes los siguientes: (i) en medios impresos, un ejemplar de las revistas, periódicos o publicaciones; (ii) en radio, las bitácoras o reportes de transmisión; (iii) en televisión, *affidávits* o reportes de transmisión; en (iv) internet, *ad-serving* de impresiones (*ad-views and clicks*) con carpeta impresa y copia electrónica en cd con los *banners* generados para la campaña por creativo, tamaño e idiomas, así como *screen-shots* de los banners como evidencia de la colocación de los portales; (v) en carteleras, publicidad exterior y parabuses, fotografías de cada una de ellas en el lugar donde se ubiquen o de una fotografía de cada cartelera con el *affidávit* correspondiente en el que consten los sitios de colocación según la práctica comercial del lugar de que se trate; (vi) copia de la factura de compra de medios; y (vii) cualquier otro medio de comprobación validamente aceptado por el CPTM.

SÉPTIMA. Obligaciones Laborales. Debido a la naturaleza del presente contrato, las partes entienden que no existen condiciones de subordinación ni relación laboral alguna entre SECTUR y la Agencia o sus respectivos empleados.

OCTAVA. Naturaleza del Contrato. Las partes acuerdan que los términos y condiciones de este contrato no tienen como objeto o efecto crear una asociación en participación, fusión, sociedad o vínculo corporativo entre la Agencia y SECTUR. Asimismo, el presente contrato no impone obligación de exclusividad alguna entre las partes, por lo que las partes no podrán asumir, en nombre y/o representación de la otra obligación o compromiso alguno, salvo por lo dispuesto en el presente contrato o en caso de que cuente con autorización expresa de la otra parte para tales efectos.

No obstante lo anterior, ambas partes están de acuerdo en que la Agencia estará facultada para contratar o celebrar cualquier tipo de operación, negocio o asociación con cualquier socio comercial, "tour operador", agencia de viajes o cualquier otra persona para fines similares a los del presente contrato, así como para mejorar o ampliar los fines del presente contrato contando siempre con la autorización previa de SECTUR.

NOVENA. Cesión de Derechos. Las partes se obligan a no ceder a terceras personas los derechos y obligaciones a su cargo en términos del presente contrato, salvo autorización previa y por escrito de la otra parte.

DÉCIMA. Confidencialidad. Las partes convienen que toda la información que se genere y/o se intercambie entre ellas por virtud de este contrato, será considerada como estrictamente confidencial, por lo que las partes se obligan a no revelarla a terceras personas ajenas a este contrato.

DÉCIMA PRIMERA. Duración. El presente contrato estará vigente del 15 de Junio de 2004 al 31 de diciembre de 2004.

DÉCIMA SEGUNDA. Terminación Anticipada. En el supuesto de que alguna de las partes decida cancelar este contrato por causas ajenas a la otra parte, deberá notificárselo a la otra parte con 5 días hábiles de anticipación a la terminación efectiva del presente contrato. A partir de la fecha de notificación, la parte que no esté dando por terminado el contrato tendrá la facultad de suspender inmediatamente el cumplimiento de sus obligaciones derivadas de este contrato sin responsabilidad alguna.

En el caso de que la parte que solicite la terminación del contrato sea SECTUR, éste deberá pagar a la Agencia, en la misma fecha en la que presente la notificación de cancelación, el monto necesario para cubrir todas las aportaciones de la Agencia a la Campaña realizadas con motivo del presente contrato, así como todos los gastos que se hayan generado y se generen con motivo del mismo, incluyendo el pago de cualquier daño, perjuicio, pena, multa o costo a cargo de la Agencia en los términos del Contrato CPTM y de aquellos derivados de cualquier contrato, operación, negocio o asociación celebrado al amparo de la cláusula séptima anterior. En caso de que SECTUR no realice el pago correspondiente en los términos antes referidos, SECTUR deberá pagar a la Agencia, además de las cantidades antes referidas, una pena igual a la cantidad que resulte de aplicar un 10% (diez por ciento) mensual al monto total adeudado hasta en tanto SECTUR esté al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones de pago.

DÉCIMA TERCERA. Rescisión Administrativa. En caso de que SECTUR considere que la Agencia ha incurrido en algún incumplimiento a cualquiera de sus obligaciones contenidas en el presente contrato, SECTUR deberá notificar por escrito tal situación a la Agencia, explicando claramente en qué consiste el incumplimiento. A partir de la fecha de notificación, la Agencia contará con un plazo de diez días hábiles para subsanar su incumplimiento, en caso de que el mismo haya existido. Si existió incumplimiento y el mismo no se subsana el incumplimiento dentro de dicho periodo, SECTUR podrá rescindir el contrato sin necesidad de declaración judicial alguna. Si la Agencia considera que no hubo incumplimiento, lo notificará a SECTUR y las partes deberán reunirse para aclarar la situación en caso de que así lo consideren necesario.

Por su parte, la Agencia podrá rescindir el presente contrato sin necesidad de declaración judicial en el caso de que SECTUR incumpla con cualquiera de sus obligaciones derivadas de este contrato.

Adicionalmente, con independencia de que la Agencia rescinda o no el presente contrato, en el caso en que SECTUR incumpla con cualquiera de sus obligaciones bajo este contrato, SECTUR deberá pagar a la Agencia, todas las aportaciones de la Agencia a la Campaña realizadas con motivo del presente contrato, así como todos los gastos que se hayan generado y se generen con motivo del mismo, incluyendo el pago de cualquier daño, perjuicio, pena, multa o costo a cargo de la Agencia en los términos del Contrato CPTM y de aquellos derivados de cualquier contrato, operación, negocio o asociación celebrado al amparo de la cláusula séptima anterior. En caso de que SECTUR no realice el pago correspondiente en los términos antes referidos, SECTUR deberá pagar a la Agencia, además de las cantidades antes referidas, una pena igual a la cantidad que resulte de aplicar un 10% (diez por ciento) mensual al monto total adeudado hasta en tanto SECTUR esté al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones de pago.

DÉCIMA CUARTA. Defectos en la impresión. La Agencia será responsable por los errores, defectos, irregularidades y deficiencias en la impresión de los materiales promocionales siempre y cuando sea por causas imputables directamente a ella por lo que, en caso de que uno o varios de los materiales presentaran algunos de los problemas antes mencionados, la Agencia se obliga a emitir por su propia cuenta y costo la reimpresión correcta de forma inmediata posterior.

Por su parte, SECTUR será responsable por las fallas o deficiencias que pudiera contener el material que proporcione a la Agencia para su publicación, debiendo en tal caso reponer por cuenta y costo de SECTUR dicho material. La Agencia no será responsable en caso de que el material no se pueda imprimir, debido a que dicho material no cumpla con las normas de calidad requeridas para su impresión.

DÉCIMA QUINTA. Interpretación del Contrato. La nulidad, total o parcial, de cualquiera de las cláusulas contenidas en el presente contrato, no afectará ni se considerará como pronunciamiento particular respecto de la validez y legal existencia del resto del clausulado del contrato.

DÉCIMA SEXTA. Domicilio y Notificaciones. Cualquier notificación entre las partes relacionada con este contrato, deberá efectuarse a las personas señaladas a continuación por escrito, mediante servicio de mensajería a las direcciones siguientes:

la Agencia

Bosque de Duraznos No. 61, pisos 4 y 5
Col. Bosques de las Lomas
Delegación Miguel Hidalgo
C.P. 11700 México, D.F.
Atención: Ernesto Goenaga

SECTUR

EL Nigromante #79 (Palacio Clavijero)
Col. Centro
CP. 58000, Morelia, Michoacán.
Atención: [REDACTED]

DÉCIMA SÉPTIMA. Solución de Controversias. Todas las desavenencias que deriven de este contrato serán resueltas definitivamente de acuerdo con las Reglas de Arbitraje del Centro de Arbitraje de México (CAM), por un árbitro nombrado conforme a dichas Reglas.

Las partes acuerdan que el derecho aplicable para la solución de cualquier controversia será el mexicano; asimismo se establece que el idioma del arbitraje será el español y que el lugar del arbitraje será la Ciudad de México, Distrito Federal.

Leído que fue por las partes el presente contrato y enteradas de su contenido y alcance legal, lo suscriben por duplicado el ___ de ____ de 2004.

Young & Rubicam, S. de RL. de C.V.

Estado Libre y Soberano

Por: Manuel Arellano Ríos

Por: Jaime Genovevo Figueroa Zamudio

SECRETARÍA DE ECONOMÍA
2005 JUN 31 15:10:50
CARRANZA/REGISTRACION/INT